Una historia que parece conocida: Carlos Zerpa y la televisión venezolana

RIGEL GARCÍA

El presente texto es una reflexión sobre el artista venezolano Carlos Zerpa a partir de dos performances y un cómic que involucran a la televisión venezolana. La articulista, después de analizar y reflexionar sobre el trabajo artístico de Zerpa concluye diciéndonos que "El espejo –y la ironía– con los que Zerpa confrontaba al público a finales de los años 70 e inicios de los 80 apuntaban a algo mayor: las estructuras de poder, sus falsos deseos infiltrados en la gente y una consecuente falta de voz propia…".

Algunos de los performances que el artista venezolano Carlos Zerpa (Valencia, 1950) realizara a partir de 1978, a menudo son analizados como una crítica a la fetichización de los símbolos patrios en su paralelismo con la religión. Es un tema que tocan, ciertamente, de manera significativa y contundente. En estas acciones, el artista podía personificar al ciudadano común atrapado en su rutina, a la patria, a un curandero o al doctor José Gregorio Hernández. Junto al despliegue de un universo objetual de banderas, estatuillas religiosas, velas, inciensos y campanas, sus gestos evocaban por igual un ritual mágico de sanación, el ceremonial de la liturgia católica o un asalto de iconoclastia. En calidad de oficiante, Zerpa utilizaba la estructura del culto para mostrar la verdad incómoda del dominio ejercido por el aparato simbólico de la nacionalidad y de la Iglesia. Sin embargo, una capa de sentido adicional emergía gracias a la inclusión de productos típicos de la cultura de masas –como las botellas de Coca-Cola o de salsa de tomate kétchup– y, claro está, un televisor[1] (ver figura 1).

Era evidente para Zerpa que la idolatría subyacente al imaginario patrio y a las prácticas religiosas también operaba en los medios de comunicación masivos, cuyos contenidos estereotipados y estrategias publicitarias generaban el mismo resultado: la anulación del pensamiento crítico y el avasallamiento del colectivo. Su principal vehículo era para entonces la televisión, que había regularizado sus transmisiones durante la década del 70 con un impacto significa-

tivo en la sociedad venezolana[2]. En ese sentido, es notable que dos performances de Carlos Zerpa involucraran, con variaciones, la exhibición de un televisor como parte del clímax de su maniobra ritual.

Era evidente para Zerpa que la idolatría subyacente al imaginario patrio y a las prácticas religiosas también operaba en los medios de comunicación masivos, cuyos contenidos estereotipados y estrategias publicitarias generaban el mismo resultado: la anulación del pensamiento crítico y el avasallamiento del colectivo.

En *Yo soy la patria*[3] (1978 y 1979)[4], las acciones de Zerpa incluían, entre otras, encender un televisor, pintar la bandera nacional sobre un cartón utilizando los dedos y disponer figuras de José Gregorio Hernández en el espacio junto a velas e inciensos. Tras cambiar de canal en algún punto, el artista mostraba una botella de Coca-Cola, se pintaba los labios e indicaba en cada caso "esta es mi sangre" y "este es mi cuerpo", emulando la ceremonia de la consagración de la misa católica. El punto culminante del performance llegaba cuando el artista, de manera solemne, alzaba el televisor sobre su cabeza como un cáliz sagrado, afirmando "Este es el cordero de dios, que quita los pecados del mundo. Señor, no soy digno de que entres en mi casa, pero una palabra tuya bastará para salvarme"[5].

Figura 1. Carlos Zerpa. *El enviado de Dios*. Registro de performance. 1er. Coloquio Latinoamericano de Arte No-Objetual y Arte Urbano. Museo de Arte Moderno de Medellín, 1981. Foto: sin créditos. Archivo Carlos Zerpa.

A las equivalencias entre el refresco y su propio cuerpo con la sangre y el cuerpo de Cristo se unía la exposición de la televisión cual Santísimo Sacramento, entendida como figura redentora y objeto de adoración para los "fieles". La fórmula "no soy digno de que entres en mi casa" resultaba irónica por el hecho de que este medio había penetrado con éxito en los hogares venezolanos, afianzándose en un tejido de dóciles seguidores. En 1977 existían en Venezuela un total de 1 millón 430 mil 600 hogares con televisores y su penetración ascendía a un 66 % a escala nacional, con el 93 % en Caracas y área Metropolitana[6]. Los habitantes de estas dos zonas solían dedicar más de tres horas diarias a ver la televisión, elevándose a cuatro horas y media en el caso de las mujeres[7]. Para 1979, los niños pasaban el 91 % de su tiempo libre frente a la pantalla, mucho más que el dedicado a cualquier otra actividad formativa o lúdica[8]. Autores como Marcelino Bisbal sostenían que, en estas circunstancias, el venezolano aceptaría el mundo presentado por la televisión que reforzaba la sociedad de consumo, y se inclinaría a rechazar contenidos que enfocaran la realidad con espíritu crítico[9].

En el esquema de *Yo soy la patria*, la acción de Zerpa de pasearse con un espejo entre el público para que este se viera a sí mismo invitaba al autorreconocimiento de la alienación que amenazaba el ejercicio de la libertad y la conciencia individuales. Como ya se verá en otros ejemplos, el artista apostaba por la acción en vivo, sin mediaciones que pudieran gestionar la tensión o la espontaneidad, exponiendo su propio cuerpo para perturbar, producir violencia y someter al público. Frente al ritual hipnótico de la nación o de la TV, el ritual mágico de Zerpa venía a exorcizar las fuerzas antagónicas a la individualidad, encarnándolas y presentando de manera satírica y tragicómica el espectáculo de la dominación.

Figura 2. Carlos Zerpa. *El enviado de Dios*. Registro de performance. 1er. Coloquio Latinoamericano de Arte No-Objetual y Arte Urbano. Museo de Arte Moderno de Medellín, 1981. Foto: Guillermo Melo. Tomado de: *Re-Vista del arte y la arquitectura en América Latina*, n° 7. Medellín, 1981.

Una reflexión similar ofrecía el performance *El enviado de Dios*, presentado por Zerpa en 1981 en la Muestra Latinoamericana de Arte No Objetualista organizada en el Museo de Arte Moderno de Medellín como parte del 1er. Coloquio Latinoamericano de Arte No-Objetual y Arte Urbano. Honrando la tradición tanto de curanderos ancestrales como del culto a las reliquias, el artista ofrecía a la venta muestras de su sangre cristalizada[10] junto al relato de sus innumerables poderes curativos. Según lo referido en esquemas y testimonios[11], el performance incluía la colocación de figuras de José Gregorio Hernández en un altar improvisado, la acción de coser la bandera de Venezuela y la milagrosa sanación de la pierna enferma del protagonista. Envuelto –casi amordazado y cegado– en una cinta con el tricolor nacional y blandiendo una cruz de mediano formato, Zerpa procedía a destruir las figuras del altar, para luego ubicar sobre este un televisor (ver figura 2). El performancista simulaba entonces comer algunas monedas mientras se arrodillaba frente al aparato, antes de intensificar sus ademanes de destrucción. Las versiones difieren sobre si, en los últimos instantes, Zerpa alzaba el televisor sobre su cabeza y amenazaba al público con lanzarlo, dejándolo suspendido; o si repetía las fórmulas de "esta es mi sangre" al mostrar una Coca-Cola y "este es el Cordero de Dios" al elevar la televisión (ver figura 1), ya presentes en *Yo soy la patria*.

> **El punto culminante del performance llegaba cuando el artista, de manera solemne, alzaba el televisor sobre su cabeza como un cáliz sagrado, afirmando "Este es el cordero de dios, que quita los pecados del mundo. Señor, no soy digno de que entres en mi casa, pero una palabra tuya bastará para salvarme".**

Además de insistir en las equivalencias entre símbolos patrios y figuras religiosas, habituales en el vocabulario de Zerpa, *El enviado de Dios* incorporaba las referencias a la cultura de masas y su estrategia publicitaria en claro paralelismo con la expansión de cultos en la religiosidad popular, centrada en la superstición y la creencia infundada en ungüentos y milagros. Más allá, la situación de clímax vandálico en la que el televisor entraba en escena era reveladora de la devastación intelectual y espiritual generada por los medios masivos: al sustituir a los santos en el altar, el televisor desplazaba *incluso* a la dominación preexistente de lo religioso, imponiéndose a través del gesto destructivo.

En un recuento de opiniones[12] publicado en 1978, profesionales e instituciones denunciaban el consumismo promovido por la televisión, el abandono de programas infantiles, el fracaso de la televisión cultural y el predominio de contenidos sexuales y violentos junto a la promoción de una concepción melodramática de la vida. La Liga Venezolana de Higiene Mental advertía de un incremento de la delincuencia por las escenas violentas, sus exhortaciones al consumo de alcohol, el uso de la mujer como objeto publicitario[13] y la depreciación de las enseñanzas de los padres y maestros ante el ejemplo de la televisión. Según el Consejo Nacional de Economía, los medios masivos eran utilizados por el sector privado como mecanismos publicitarios y ejercían una acción negativa en el desarrollo educativo del venezolano, al modelar hábitos de consumo irracional. En ese momento existían en Venezuela cuatro canales de televisión, dos de ellos

manejados por el Estado y los otros dos pertenecientes a empresas privadas. Su dependencia de la inversión publicitaria los convertía en instrumentos de poder económico y de imposición de valores a través de una única actividad: la difusión de publicidad[14].

La preocupación sobre la influencia deformante de la televisión era recurrente en artículos académicos de las décadas del 70 y 80, que recogían encuestas al público o describían el nivel deficiente de los contenidos transmitidos. La producción artística formularía sus propias denuncias, como en *El mago de la cara de vidrio* (1973) de Eduardo Liendo, novela en la que un maestro de escuela narra el modo en que su apacible vida familiar es subvertida radicalmente a partir de la llegada del televisor a su apartamento. O en *T.V.O.* (1979), película super-8 de Carlos Castillo que aborda la alienación y el aislamiento generados por la televisión desde el punto de vista de las relaciones: la protagonista descubre que el televisor reproduce sus propios movimientos al hacer coincidir partes de su cuerpo con imágenes equivalentes en la pantalla, pero de un cuerpo masculino, con quien termina estableciendo un vínculo erótico-sentimental. Las propuestas de Carlos Zerpa resonaban con estas inquietudes, apuntando a la hegemonía de un transmisor unilateral que únicamente reforzaba las narrativas emanadas de las esferas gubernamentales, religiosas y económicas.

Según el Consejo Nacional de Economía, los medios masivos eran utilizados por el sector privado como mecanismos publicitarios y ejercían una acción negativa en el desarrollo educativo del venezolano, al modelar hábitos de consumo irracional.

En otro performance, *Señora patria, sea usted bienvenida* (1978 y 1979)[15], Zerpa retrataba a un individuo alienado por la dinámica de la vida contemporánea. Dos folletos del evento mencionan al "sacerdocio de la posesión" y al "dios dinero" como móviles vitales de este sujeto, que:

> […] alzó su mano y se juramentó, y escogió como consejeros espirituales a los que se meten en la casa a través de la pantalla luminosa; y a ellos seguía, adoraba y rendía culto y pleitesía, y sobre todo les obedecía ciegamente, y les invocaba al comenzar su ritual girando un botón[16].

El texto continúa:

> […] selló su boca para no hablar cosas prohibidas, pues eran ellos quienes hablaban a través de él […] y despojándose de su mísera personalidad, se dio por entero como instrumento para la obra de esos seres, ya no siendo él, sino ellos que vivían en él[17].

El personaje de la acción –amordazado y sin voz propia– ha perdido su individualidad por influencia del medio televisivo y opera como un vehículo del sistema, manipulando a la audiencia con promesas de riqueza. Zerpa advertía que, al sucumbir al consumismo, cada espectador desprevenido se convertía en multiplicador de la élite de poder, consolidando la expansión del "culto-dominio" expresado en las engañosas ofertas de la publicidad: éxito, fama, belleza, poder. En la presentación en la Muestra de Video de la UCV, en 1979, este performance estuvo acompañado por la transmisión de un video cuyo sonido repetía sin cesar la palabra "patria", de modo que a la presencia del objeto televisor en el escenario se unía la persistente enunciación del ideal nacional como estrategia hipnótica y disociativa.

Zerpa llevó su denuncia un paso más allá con *Esta historia me parece conocida*, un cómic conceptualizado en 1976 durante su estancia en Milán, Italia, y ejecutado después de su regreso a Venezuela, en Valencia, 1979. La publicación de pequeño formato (17,7 x 17,5 cm), impresa en offset con texto e ilustraciones del artista, contó con veinticuatro páginas encuadernadas a caballo con una grapa. No resulta casual la tipología del objeto: en ese entonces, el artista trabajaba como diseñador gráfico en la Universidad de Carabobo, Valencia y, de hecho, tuvo facilidades para producir la publicación en una de las imprentas de esta casa de estudios. Fue distribuida gratuitamente en Valencia y Caracas, usualmente en los

eventos de performance o exposiciones del artista[18]; y enviada por correo como Mail Art[19].

Este último aspecto destaca como apuesta por las redes alternativas de circulación –del arte y el pensamiento– en claro contrapunto a la hegemonía comunicacional del medio tratado en sus páginas. En lugar del circuito unilateral y dirigido, inapelable y homogeneizador de los medios masivos, el impreso era depositario de un discurso creativo e independiente, fomentaba la contemplación personal y aspiraba a moverse por circuitos humanos, circunstanciales o accidentales, centrados en el intercambio de ideas y el cuestionamiento del *statu quo*. Como muchas realizaciones pensadas para insertarse en las redes de arte correo, *Esta historia me parece conocida* podía ser reproducida por los lectores a fin de ampliar su alcance a una escala diversa y no mediada por intereses económicos o publicitarios.

La historieta inicia aludiendo a las dificultades que enfrenta la población debido al alto costo de la vida: los reclamos se refieren al precio exorbitante de la comida y las medicinas, la precariedad de las viviendas y la imposibilidad de acceder a servicios de salud (ver figura 3). Las protestas con pancartas son desestimadas por sectores del poder, quienes proponen al presidente lavarle el cerebro a la población y redirigir su atención hacia otro asunto (ver figura 4). La solución es acelerar la producción de televisores y facilitar su adquisición, lo que pronto genera una población hipnotizada frente a las pantallas y a merced de las indicaciones de este medio. Tal como se lee en la página 10: "El peligro ha pasado… ahora la gente solo mira la pantalla... y por medio de ella les decimos qué cosas son las que verdaderamente necesitan... y qué cosas no… qué cosas tienen que hacer…. y qué cosas no" (ver figura 5).

Sin embargo, el consumismo promovido por la publicidad empuja de nuevo a la ciudadanía a protestar, exigiendo mejores ingresos para poder adquirir todo lo que se les ofrece (ver figura 6). En este punto, el cómic muestra cómo las élites gubernamentales, empresariales y publicitarias redirigen la atención del colectivo hacia un producto específico: el azúcar, promocionando sus propiedades energéticas y vigorizantes con anuncios basados en promesas de superación y erotismo (ver figura 7). Los espectadores, arro-

Figura 3. Carlos Zerpa. *Esta historia me parece conocida*. Valencia, Venezuela: el autor, 1979, (p. 5).

Figura 4. Carlos Zerpa. *Esta historia me parece conocida*. Valencia, Venezuela: el autor, 1979, (p. 8).

Figura 5. Carlos Zerpa. *Esta historia me parece conocida*. Valencia, Venezuela: el autor, 1979, (p. 10).

Figura 6. Carlos Zerpa. *Esta historia me parece conocida*. Valencia, Venezuela: el autor, 1979, (p. 12).

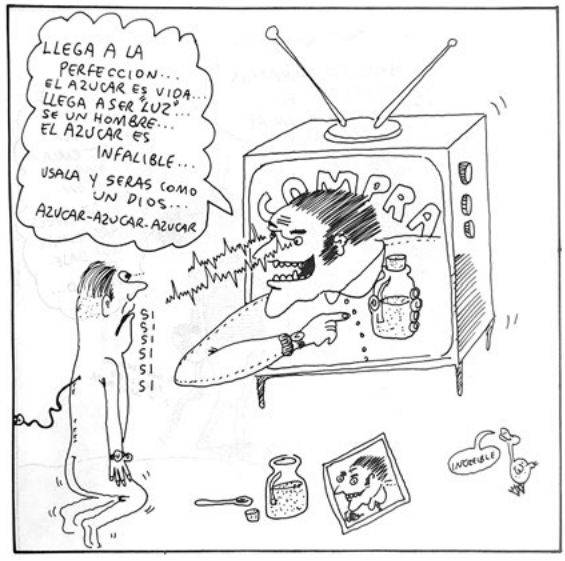

Figura 7. Carlos Zerpa. *Esta historia me parece conocida*. Valencia, Venezuela: el autor, 1979, (p. 16).

Figura 8. Carlos Zerpa. *Esta historia me parece conocida*. Valencia, Venezuela: el autor, 1979, (p. 21).

dillados, sin control y enchufados al tomacorriente, aceptan las afirmaciones sin cuestionar. Al agotarse la reserva de azúcar del país, las autoridades se ven obligadas a desestimular su compra argumentando un riesgo cancerígeno e introduciendo una nueva mercancía, los tomates enlatados[20] (ver figura 8). Ante la perspectiva de que los tomates también se agoten, las élites tienen ya en mente el próximo elemento distractor: la llegada de la televisión a color. La historieta llega a su fin con la entrega del primer receptor de televisión a color a un ciudadano que, en medio de su alienación, expresa con sospecha: "esta historia me parece conocida"[21].

Los funcionarios del gobierno, fuerzas de seguridad, empresarios y publicistas han sido representados de forma grotesca: humanos con caras de cerdo, alas de murciélago o patas de gallina, personajes con ávidas garras y cuernos amenazantes. Zerpa sigue aquí la tradición de la animalización o del personaje monstruoso para expresar la falta de humanidad, mientras ubica a algunos de ellos sobre nubes ilustrando la distancia que los separa de las necesidades reales de la población. Las viñetas en las que aparece la televisión refuerzan la idea de un medio peligroso que, por su influencia, asegura la dominación de un público pasivo. Así, el ministro que propone la TV como estrategia de distracción es un reptil vociferante, los locutores que entregan los aparatos lucen como farsantes embaucadores, mientras que los personajes de las propagandas emiten ondas hipnóticas con sonrisas maquiavélicas. Algunos pequeños personajes (gusanos, pájaros y pollitos) parecen ser los únicos conscientes de la situación, ante la cual comentan: "hipnosis", "llegó la alienación con sólo girar el botón", o "qué vaina… me los controlaron".

La denuncia enarbolada por Zerpa en este impreso toma un carácter integral. Si sus performances ponían el acento en el imaginario patrio y religioso en vinculación con los sistemas de comunicación, la historieta representaba de modo directo la utilización de los medios masivos por parte de las clases gobernantes y económicas sobre una población desposeída de sentido crítico. A través de la sátira confronta al lector con el aspecto autodestructivo de su adicción televisiva y de su inadvertida obediencia a poderes "invisi-

bles" que, deliberadamente, lo guían al sacrificio del libre albedrío. La moda, las expectativas sociales, los marcadores de éxito o belleza y, en general, cualquier tendencia aparentemente "natural" de la sociedad son desenmascaradas aquí como ardides premeditados, articulados en la sombra para movilizar a una sociedad constituida por consumidores, no por ciudadanos.

El cómic ilustra un proceso malicioso de retroalimentación por el cual las consecuencias del comportamiento dirigido del público obligan a las cúpulas a reconfigurar sus estrategias de manipulación. Una dinámica similar tenía lugar en el ámbito televisivo de esos años, debido a que la programación estaba orientada en base a los índices de audiencia o *rating*, con el que los canales buscaban obtener el favor de las masas a como diera lugar, por lo general a través del sensacionalismo. Las telenovelas transmitían un desenfoque de valores, las series o enlatados tenían argumentos irrelevantes y personajes estereotipados, mientras que los programas cómicos y de variedades eran vulgares y hacían burla de la tragedia ajena[22]. Una queja recurrente era que los espacios publicitarios o cuñas no eran sino repeticiones obsesivas de las marcas, vociferadas a gritos y con un uso inadecuado del idioma.

Los empresarios y canales afirmaban que la programación tenía estas características porque era lo que el público esperaba y solicitaba[23]. En este escenario, los contenidos "culturales" destinados al aprendizaje de la población eran desplazados por producciones de menor calidad pero de mayor "éxito". Lo paradójico es que, en sondeos realizados, gran parte de la población coincidía en que el contenido de la programación televisiva ejercía un efecto negativo sobre la sociedad[24]. El presentador y productor Renny Ottolina consideró un error el subestimar a las clases socioeconómicas menos favorecidas asumiendo que preferían contenidos denigrantes, defendiendo que una programación de calidad redundaría en una ciudadanía mejor preparada[25]. Lo cierto es que la televisión venezolana experimentaba una espiral sin fin en la que la presunta receptividad del público perpetuaba la mediocridad de una programación cuyo propósito, a fin de cuentas, no era la instrucción del colectivo sino la consecución de mayores ganancias en la venta de los productos publicitados, como claro requisito para el sostenimiento de la economía capitalista.

El presentador y productor Renny Ottolina consideró un error el subestimar a las clases socioeconómicas menos favorecidas asumiendo que preferían contenidos denigrantes, defendiendo que una programación de calidad redundaría en una ciudadanía mejor preparada.

En este punto resulta coherente el retrato que Carlos Zerpa hiciera en sus diferentes propuestas acerca del conglomerado gobierno-Iglesia-industria y sus respectivos intereses, actuando sobre la sociedad a través de nociones idealizadas de patria, espiritualidad o éxito y difundidas masivamente a través de la televisión y otros medios. El hecho de que el artista experimentara con el formato de video en esos años no resulta contradictorio ya que algunos creadores que, como él, incursionaban en las prácticas conceptualistas, reconocieron el poder de los medios y buscaron insertar sus trabajos en estos circuitos, entendiendo el arte como información o transmisión[26]: bien a través de la apropiación de estos canales, o mediante la creación de circuitos alternativos.

Un ejemplo de ello podría ser la mencionada Muestra de Video organizada por Margarita D'Amico en 1979 en el marco del Primer Festival de Caracas y en la cual participara Zerpa con sus video-performances, la cual contó con una asistencia masiva calculada en 10 mil visitantes, según el reporte del artista y crítico canadiense Tom Sherman[27]. El encuentro ofreció alrededor de veinte horas de video producidas por cuarenta artistas y transmitidas en televisores *in situ*, además de performances en vivo que involucraban este formato. El autor explicaba la favorable respuesta del público no solo por un interés genuino en el medio televisivo, sino por el hecho de que, meses antes, D'Amico había desplegado una campaña en periódicos y revistas sobre las posibilidades del video y el performance, las cuales venían a ser ejemplificadas en la citada muestra. Sherman admitía que los venezolanos veían mucha televisión, aunque la programación era deficiente y, al igual

que muchos espectadores suramericanos, enfrentaban una extrema pobreza mediática.

Es aquí donde tanto el cómic como los performances de Zerpa mencionados arriba revelan las contradicciones de un país boyante pero desigual, de un Estado pretendidamente moderno que seguía albergando –y promoviendo– actitudes de superstición e ignorancia en beneficio propio, así como de unos medios emergentes que entrañaban un inusitado potencial para muchos profesionales y artistas. Con indiscutible vigencia, estas piezas discuten las paradojas inherentes a la adopción de nuevos recursos en relación con los poderes establecidos y las ventajas/desventajas que acarrea todo avance tecnológico.

En ese sentido, dos personajes en la historieta de Zerpa observan que "… aunque [la televisión] es un medio de comunicación, lo que produce es incomunicación entre los que la ven […] porque no se hablan unos a otros, sino que miran por horas y horas lo que tiene que decirles la T.V.". El registro –hace 45 años– de un fenómeno que se manifiesta hoy de modo más acentuado en el tiempo dedicado al uso de Internet y teléfonos celulares, ilumina la genealogía de patrones sociales sistemáticamente instaurados: una historia que parece bastante conocida. De este modo, el debate al que apuntaba esta edición autopublicada se ha mantenido, reactualizándose, hasta hoy: no solo en la dudosa calidad de la televisión nacional, sino en la supremacía que ahora esgrimen el Internet y las redes sociales como vehículos de abierta manipulación de las audiencias a nivel mundial. El espejo –y la ironía– con los que Zerpa confrontaba al público a finales de los años 70 e inicios de los 80 apuntaban a algo mayor: las estructuras de poder, sus falsos deseos infiltrados en la gente y una consecuente falta de voz propia; escenarios todos que siguen demandando de cada uno un constante ejercicio de sospecha y autocrítica ante el imparable flujo de información.

RIGEL GARCÍA

Investigadora en artes visuales. Licenciada en Artes (Universidad Central de Venezuela), magíster en Historia del Arte (Universidad Nacional Autónoma de México). Investigadora del Museo de Bellas Artes de Caracas entre 2003-2022. Colaboradora en ArchivoAbierto [revisiones] de Abra, Caracas.

Notas

1 Mi agradecimiento a Carlos Zerpa y a Rocco Nocela, cuya colaboración y generosidad fueron determinantes para acceder a información, piezas e imágenes en las que se apoya esta reflexión. Igualmente a la galería Abra por facilitar el acceso a documentos del artista digitalizados por AntEncontrado y que formaron parte de la exposición *ArchivoAbierto: Carlos Zerpa* (2016).

2 Las transmisiones de televisión en Venezuela comenzaron formalmente en 1953.

3 Más información e imágenes en: GARCÍA, Rigel (2022): "*Yo soy la patria* y *Señora patria, sea usted bienvenida*. Carlos Zerpa". En: *ArchivoAbierto [revisiones]*. Caracas: Abra, en línea desde el 20 de julio de 2022. URL: https://abracaracas.com/revisiones/yosoylapatriaysenorapatria_carloszerpa/

4 *Yo soy la patria* se presentó como performance en 1978, en el Centro de Estudios Artísticos y Técnicos (Ce-Art), en Bogotá, y en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo, campus Bárbula, en el marco del evento cultural Arte y Conciencia. Devino en videoperformance para su participación en la Muestra de Video llevada a cabo en la Universidad Central de Venezuela en el marco del Primer Festival de Caracas, en 1979. En este último, la acción en vivo de Zerpa estuvo acompañada del video *Tres tiempos para la patria*, realizado por Margarita D'Amico, Luis Goncalves y Alejandro Kira.

5 Cfr. ZERPA, Carlos (1978): *Yo soy la patria. Carlos Zerpa. Arte conceptual y expresión corporal. Esquema de trabajo* [folleto]. Bogotá, Centro de Estudios Artísticos y Técnicos Ce-Art; y ZERPA, Carlos (1979): *Carlos Zerpa. Yo soy la patria. Video-performance. Esquema* [folleto]. Caracas: Muestra de Video, Festival de Caracas, 1979.

6 BISBAL, Marcelino (marzo 1978): "La televisión y sus públicos". En: *Comunicación*, no. 17. Caracas: Centro Gumilla. P. 21.

7 *Ibidem*, p. 22.

8 BISBAL, Marcelino (febrero, 1979): "Mensajes de los medios para el público infantil". En: *Comunicación*, no. 21. Caracas: Centro Gumilla. P. 11.

9 BISBAL, Marcelino (marzo, 1978): "La televisión y sus públicos". *Op. cit*. P. 25.

10 Zerpa ofreció en venta su sangre cristalizada tal como hacían los mercaderes ambulantes de pomadas mágicas. Los asistentes la compraron con avidez, entregando dólares y